

Analisis Motif Batik Parang dan Mega Mendung dalam Kemasan Biore *Pore Pack Heritage Batik Motif*

Yohana Zerlinda Pranoto¹, Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.²,
Aniendya Christianna, S.Sn., M. Med. Kom³

^{1,2,3}. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain
Universitas Kristen Petra, Surabaya
Email : yzerlinda@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan unsur visual tradisi, yakni batik dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*. Dalam konteks kebudayaan, batik merupakan sebuah tradisi dan budaya warisan yang mengandung filosofi dan makna dalam tiap motifnya, dan filosofi tersebut masih dibawa hingga sekarang oleh masyarakat Jawa. Analisis akan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiologi Roland Barthes, penjelasan tersebut didukung oleh teori elemen desain dan teori estetika posmodern, mengenai idiom – idiom posmodern serta mengenai komodifikasi. Berdasarkan hasil analisis, didapatkan bahwa penggunaan motif batik dalam kemasan tersebut merupakan sebuah bentuk penurunan makna batik, tercerabutnya nilai filosofi, parodi makna, duplikasi batik, dan ilusi *image* batik sebagai identitas Indonesia serta perubahan nilai motif batik sebagai elemen desain kemasan.

Kata kunci : batik, kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*, teori estetika posmodern, teori elemen desain, komodifikasi, filosofi dan makna batik.

Abstract

The goal of this research is to learn about the usage of traditional visual, especially batik in the Biore pore pack heritage batik motif packaging. In culture context, batik was a tradition and heritage culture that contained philosophy and meaning in every pattern, and that philosophy still used until now by Javanese community. The analysis will use the qualitative description with Roland Barthes theory of semiology as the approximation, the explanation will be supported by the theory of elements of design and postmodern aesthetics theory, about postmodern idioms, also included about comodification. Based on the result of analisis, it obtained that the usage of batik motif at the packaging was a form of a reduction of batik meaning, uprooted the philosophy value, parody meaning, batik duplication, and an image illusion of batik as Indonesian identity, also the transformation of batik motif value as elemen of packaging design.

Keywords : batik, Biore *pore pack heritage batik motif* packaging, aesthetics postmodern theory, theory of elements of design, comodification, philosophy and meaning of batik.

Pendahuluan

Kemasan merupakan wadah pelindung untuk produk. Makna kata kemasan berdasarkan kamus bahasa Indonesia adalah bungkus atau pelindung, dari kata kemas yang kurang lebih artinya rapi atau bersih, jadi kemasan secara sederhana dapat diartikan suatu benda yang digunakan untuk membungkus atau untuk melindungi suatu barang agar terlihat rapi. Tidak semua kemasan dapat menarik perhatian konsumen secara penuh karena persamaan dan perbedaan pada kemasan produk yang satu dengan produk lainnya. Sehingga penonjolan visual pada kemasan produk perlu dilakukan, misalnya dengan menggunakan unsur

visual yang berbeda dan menarik. Budaya merupakan salah satu unsur menarik yang memiliki daya tarik tersendiri. Salah satu budaya di Indonesia adalah batik. Batik sendiri memiliki berbagai macam motif yang berbeda pada tiap daerah. Penggunaan visual batik umumnya ditemui pada baju batik, bisa juga pada bendera atau hiasan dinding (yang umumnya ada pada kerajaan-kerajaan Jawa). Namun, pada masa sekarang, batik tidak lagi hanya digunakan pada baju, tapi juga menjadi bagian dari desain, salah satunya pada desain kemasan. Biore merupakan produk kecantikan kulit yang berasal dari Jepang dan sudah menjadi produk kecantikan kulit secara global. Biore berorientasi pada

kecantikan kulit untuk pria maupun wanita dengan target sasarannya berkisar pada remaja hingga dewasa. Biore *Heritage motif batik*, merupakan kemasan terbaru dari Biore *pore pack* yang mulai beredar pada September 2014, setelah Indonesia merayakan hari kemerdekaan. Motif batik yang digunakan adalah batik parang dan mega mendung.



Gambar 1. Kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*

Penggunaan motif batik parang dan mega mendung dalam kemasan Biore *pore pack*, merupakan hal yang menarik mengingat produk ini adalah produk yang berasal dari Jepang namun beredar di Indonesia menggunakan motif dari batik mega mendung dan parang. Dimana, motif batik parang dan mega mendung menurut tradisinya merupakan motif yang khusus dan hanya digunakan oleh raja atau dalam hal-hal yang diluar kemasan. Oleh karenanya menurut asumsi peneliti, hal ini adalah sebagai sebuah bentuk artefak visual tradisional yang diimplementasikan pada desain modern.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analitis, yakni dengan meneliti gagasan atau produk pemikiran manusia yang telah tertuang dalam bentuk media cetak, baik berbentuk data primer atau sekunder dengan melakukan studi kritis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui maksud dibalik penggunaan unsur visual tradisi, terutama batik dalam penggunaannya di sebuah desain kemasan. Untuk itu, analisis dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan dengan teori semiologi Roland Barthes mengenai denotasi, konotasi, dan mitos dengan teori pendukung yaitu teori elemen – elemen desain

(nirmana), teori estetika posmodern (idiom – idiom posmodern) dan komodifikasi. Denotasi akan menguraikan apa yang terlihat secara gamblang pada kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* dan konotasi akan menguraikan konsep serta makna dibalik apa yang terlihat tersebut (warna, komposisi, motif batik yang digunakan, *typeface* yang digunakan). Kemudian, melalui teori estetika posmodern dan komodifikasi, akan diperoleh ideologi dari penggunaan unsur visual tradisi batik dalam kemasan yang dijabarkan dalam tataran mitos sesuai pada tataran semiologi Roland Barthes.

Semiologi Roland Barthes

Sebelum membahas mengenai analisis dan interpretasi data, akan lebih baik bila dijelaskan terlebih dahulu mengenai teori semiologi Roland Barthes untuk mempermudah pemahaman dalam prosedur meneliti. Teori Barthes mengenai semiologi merupakan pengembangan teori – teori yang dikemukakan oleh Saussure. Namun, yang membedakan teori semiologi Barthes dan Saussure adalah, teori semiologi Barthes lebih menekankan pada cara tanda di dalam teks berinteraksi dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya serta gagasannya mengenai makna interaktif antara pembaca, penulis, dan teks sedangkan Saussure menekankan pada teks semata. Tujuan dari analisa Barthes bukan hanya untuk membangun suatu sistem klasifikasi unsur – unsur, melainkan menyajikan kajian yang logis dan terperinci mengenai suatu tindakan.

Pendekatan semiologi Roland Barthes secara khusus tertuju pada sejenis tuturan yang biasa disebut mitos. Menurut Barthes, bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk dapat menjadi mitos, yaitu yang secara semiotis dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran signifikasi yang disebut sistem semiologis tingkat kedua. Dimana penanda – penanda (*signifier*) berhubungan dengan petanda – petanda (*signified*) sedemikian rupa sehingga menghasilkan tanda (*sign*). Selanjutnya tanda – tanda pada tataran pertama ini akan menjadi penanda – penanda yang berhubungan dengan petanda – petanda pada tataran kedua. Pada tataran signifikasi lapis kedua inilah mitos muncul (Barthes, 2000: 114 – 115).

Barthes berpendapat, dalam bukunya *mythologies*, bahwa “dalam semiologi, tataran ketiga bukanlah apa – apa melainkan asosiasi dari kedua tataran sebelumnya, yang dinamakan signifikasi. Signifikasi adalah mitos itu sendiri.” (121). Kata signifikasi adalah kata yang membenaran yang tepat, sebab pada kenyataannya, mitos memiliki fungsi ganda: ia mengeluarkan dan memberitahu, ia memberi pengertian atau paham akan sesuatu dan memaksakan pengertian tersebut. (Barthes, 2001: 117).

Mitos tidak menyangkal sesuatu, melainkan fungsi dari mitos adalah untuk berbicara tentang sesuatu, secara sederhana, mitos membersihkan sesuatu tersebut, membuatnya menjadi *innocent*, memberinya pembenaran yang natural dan terus menerus, mitos memberi sesuatu sebuah kejelasan, bukan sebuah penjelasan belaka namun sebuah kalimat yang merupakan fakta (Barthes, 2001: 143).

Setiap tuturan, baik berupa verbal maupun visual, secara tertulis maupun sekedar representasi secara potensial dapat menjadi mitos (Barthes dalam Budiman, 2011: 41). Dalam arti, bahwa tidak hanya wacana tertulis yang dapat dibaca sebagai mitos, melainkan film, olahraga, fotografi, bahkan makanan. Barthes menunjukkan contoh kecil mengenai mitos dalam pengalamannya saat mengunjungi sebuah *barber shop*. Ditempat cukur itu, Barthes disodorkan sebuah majalah *Paris Match* yang disampul depannya terdapat gambar “seorang negro muda yang mengenakan seragam serdadu Prancis tengah memberi hormat dengan mata menatap ke atas, yang mungkin tertuju pada bendera Prancis.



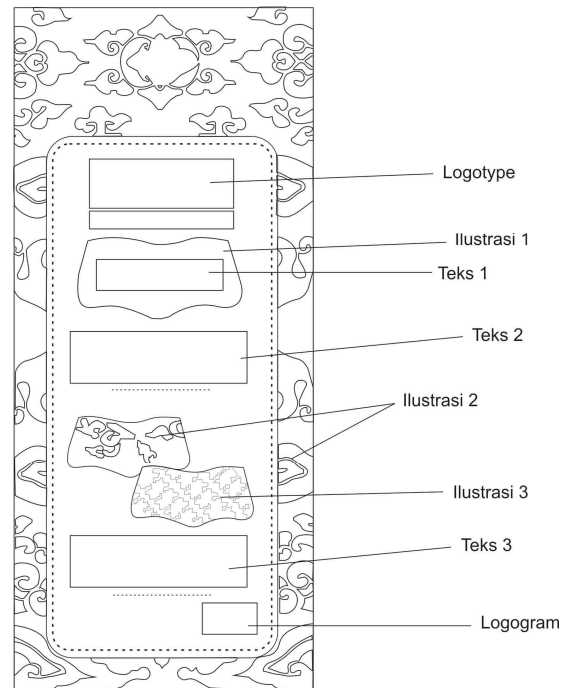
sumber : https://courses.nus.edu.sg/course/elljwp/paris-match_files/image002.jpg

Gambar 2. kover majalah *Paris Match*

Pada tataran pertama (denotasi atau *signifier*), dapat diidentifikasi adanya gambar seorang serdadu, berpakaian seragam, lengan diangkat, mata menatap ke atas, dan bendera Prancis. Makna literal yang didapat adalah seorang serdadu berkulit hitam memberi hormat pada bendera Prancis. Pada tataran selanjutnya, gambar tersebut menyodorkan makna bahwa Prancis adalah sebuah negara besar, dengan segenap putranya tanpa diskriminasi ras sedikitpun, setia dengan takzim di bawah perlindungan benderanya.

Analisis Semiologi Kemasan Biore *Pore Pack Heritage Batik Motif*

Kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* memiliki bentuk persegi panjang dengan dimensi panjang 16,4 cm dan lebar 7,2 cm. Bahan kemasan tersebut adalah sejenis kertas *art carton* tanpa adanya *finishing* khusus. Kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* akan dibongkar menggunakan pembuatan *outline* kemasan untuk melihat elemen – elemen yang ada dalam kemasan tersebut.



Gambar 3. Outline Kemasan Biore *heritage batik motif*

Ilustrasi 1

Ilustrasi 1 merupakan visual dari bidang non geometri, yakni bidang organik yang dibatasi oleh lengkungan pada sudutnya. Bentuk tersebut merupakan representasi dari produk *pore pack* itu sendiri, dimana lengkung di sudutnya menyesuaikan dengan bentuk hidung manusia sehingga saat digunakan akan nyaman dan menempel pada hidung secara keseluruhan untuk memperoleh hasil maksimal dari fungsi *pore pack* sebagai pengangkat komedo. *Pore pack* merupakan salah satu produk Biore yang dikhususkan untuk membersihkan komedo atau kotoran pada hidung dengan cara menempelkan *pore pack* pada hidung yang basah.

Ilustrasi 2

Ilustrasi 2 merupakan bidang organik yang digambarkan secara berulang dan membentuk sebuah

patra (motif atau *pattern* yang digambarkan secara berulang – ulang) dan merupakan dominasi visual pada kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*. Ilustrasi 2 memiliki bentukan gumpalan atau kumpulan awan yang dikomposisikan secara berulang sehingga membentuk motif yang dikenal dengan nama motif mega mendung. Motif mega mendung dikenal sebagai motif batik khas Cirebon yang termasuk dalam golongan batik pesisir dan merupakan motif akulturasi dengan budaya Cina yang dikembangkan sesuai dengan gaya dan budaya dari Cirebon yang mayoritas beragama Islam. Masuknya budaya asing ke Cirebon dimulai saat pelabuhan Muara Jati menjadi tempat persinggahan para pedagang dari Arab, Persia, India, dan Tiongkok. Hal tersebut menimbulkan asimilasi dan akulturasi terhadap masyarakat Cirebon dan menciptakan berbagai tradisi dan budaya baru bagi masyarakat Cirebon.

Makna dan Filosofi dalam motif batik mega mendung : Konon, dikatakan bahwa Sunan Gunung Jati yang menikah dengan Putri Ong Tien, yang menaruh nilai lebih pada seni, memberikan kain bergambar motif mega mendung sebagai bukti tanda cintanya pada Putri Ong Tien, sehingga motif ini dikatakan merupakan simbol dari cinta, harapan, dan sumber kebahagiaan selain merupakan simbol rezeki dan keberuntungan (Ramadhan, 2013: 123).

Adapun pendapat lain mengatakan bahwa motif mega mendung sarat akan makna dan nilai religi, yang digambarkan dengan garis – garis melengkung pada gambarnya yang merupakan simbol dari perjalanan hidup seseorang mulai dari lahir, balita, anak – anak, remaja, dewasa, berumah tangga, hingga akhirnya menemui ajal, bahwa dalam kehidupan, seseorang akan mengalami perubahan, naik dan turun (Wulansari, 2013, para.1). Dimana hal tersebut tersambung menjadi sebuah satu garis melengkung beraturan yang digambarkan dari kecil kemudian besar, dan kembali kecil, dan kesemuanya tersebut merupakan simbol dari kebesaran Tuhan (Musman dan Arini, 2011: 56, “Batik Mega Mendung Kini”, 2015, para.14).

Bila ditelusuri melalui namanya, kata mega (dalam bahasa Jawa) berarti awan dan kata mendung berarti akan hujan, sehingga ‘mega mendung’ dapat dikatakan merupakan visualisasi dari awan yang membawa hujan. Karena membawa arti hujan, motif mega mendung juga diartikan sebagai pembawa kesuburan yang menyuburkan pertanian masyarakat Cirebon.

Penggunaan motif mega mendung sebagai visual kemasan Biore *pore pack* dapat diinterpretasikan sebagai sebuah imitasi belaka, sebuah peniruan murni yang menempelkan gambar motif mega mendung pada kemasan tanpa adanya mengiraukan makna dan

filosofi dalam motif mega mendung tersebut. Kemudian, dikarenakan makna dari motif mega mendung yang sarat nilai religi dan kehidupan tidak tercerminkan dan merepresentasikan produk kecantikan Biore, sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan motif juga miskin makna dimana nilai makna motif batik mengalami perubahan menjadi sebuah komoditas promosi.

Ilustrasi 3

Ilustrasi 3 terbentuk dari kumpulan bidang organik yang digambarkan secara berulang seolah membentuk garis diagonal, dan dikenal sebagai motif parang. Motif parang merupakan salah satu motif larangan yang dikatakan hanya boleh digunakan oleh keluarga raja atau bangsawan dari keraton Jawa (Yogyakarta atau Surakarta). Motif parang dibuat oleh raja Mataram, yakni Panembahan Senopati saat menikmati deburan ombak dan keindahan parang (tebing) yang disusul oleh ombak tersebut.

Makna dan filosofi dalam motif batik parang :

Motif parang adalah motif yang termasuk dalam golongan geometris yang digambarkan secara diagonal dengan alur kemiringan sekitar 45 derajat (“Mengetahui Filosofi Batik Parang”, para. 3- 4, n.d). Motif parang terdiri dari dua bagian, yakni *gareng* (lengkungan) dan *mlinjon*. Bentuk *gareng* atau lengkungan diambil dari nama tokoh Gareng dalam perwayangan yang melambangkan kebijaksanaan (Ramadhan, 2013: 85). Terdapat pula pendapat lain yang mengatakan bahwa lengkungan yang menyerupai huruf ‘s’ tersebut melambangkan ombak samudra yang susul menyusul dan menjadi pusat tenaga alam, yang dimaksud disini adalah raja (diasraka, 2012, para.13, fitinline, 2013, para.5) dimana lengkungan tersebut juga berarti semangat yang tidak kunjung putus dan berkesinambungan, bahwa tidak semua hal akan berjalan dengan mulus dan pasti ada cobaan sehingga diperlukan semangat yang tidak putus untuk menghadapinya (“Mengetahui Filosofi Batik Parang”, para. 4, n.d, Musman dan Arini, 2011: 44). Sedangkan *mlinjon* yang berada diantara pusaran ombak tersebut merupakan gambaran dari celah – celah tebing yang terpapas ombak, yang mana dari celah – celah yang terbentuk tersebut akan tercipta kehidupan baru yang didapat dari sebuah perjuangan. Kata parang sendiri (dari bahasa Jawa) berarti pereng atau lereng (tebing), yang merupakan tempat Panembahan Senopati mendapatkan ide untuk membuat motif batik parang.

Dapat dikatakan bahwa motif batik parang memiliki harapan agar pemakainya dapat memiliki keteguhan seperti batu karang dan dapat membawa serta menciptakan sumber kehidupan untuk orang disekelilingnya. Harapan tersebut diiringi dengan simbol dari kewibawaan, perjuangan, kebijaksanaan, dan simbol dari kekuatan absolut untuk raja

(Ramadhan, 2013: 86, Musman dan Arini, 2011: 44, diasraka, 2012, para.13).

Penggunaan motif batik parang sebagai bagian dari visual kemasan produk kecantikan Biore *pore pack* versi *heritage batik motif* merupakan salah satu cara Biore menarik perhatian konsumennya dengan menggunakan batik yang dianggap sakral dan mudah dikenal sebagai bagian dari visual kemasannya. Hal ini bagaikan sebuah parodi yang dilakukan Biore dengan cara mengkomersilkan batik sakral tersebut dalam bentuk sebuah *pore pack* yang fungsinya sebagai pembersih komedo di hidung. Makna dari motif parang yang dikhususkan untuk raja, yakni simbol kekuatan absolut, kebijaksanaan, kepemimpinan, kehidupan baru, tidak sejalan dengan produk kecantikan *pore pack* yang berfungsi sebagai pembersih hidung. Seperti pada motif batik mega mendung, motif batik parang dalam kemasan ini digunakan sebagai komoditas promosi produk melalui kemasan *pore pack*.

Logotype dan Logogram

Logo merupakan unsur visual yang harus ada pada sebuah kemasan produk. Logo membuat konsumen mengenali dan membedakan produk yang satu dengan yang lainnya.



sumber : (1) <http://gypsyinthecity.comwp-content/uploads/2013/11/Ponds-logo.png>;
(2) https://s3.amazonaws.comtc-us-produploaded_images/images48originalgarnier-logo.png;
(3) <https://tatic1.squarespace.comstatic52fb7aefe4b0379601b9df87t5448e378e4b0c3521d901ef81414062968781loreal-logo.jpg>;
(4) http://www.kao.comsgkao_imgsbiorebiore_logo_1.jpg

Gambar 4. Logo – logo produk kecantikan

Logo dari Biore berupa *logotype* yang memberikan kesan feminin, sama seperti logo – logo produk kecantikan lainnya. Perbedaan *logotype* Biore dengan logo produk kecantikan lain adalah tipografi yang digunakan dan garis diagonal penghiasnya serta makna dibalik logo. Garis diagonal membawa kesan dinamis dan membawa gerakan. sehingga dapat dikatakan logo Biore memiliki makna produk yang

dibutuhkan untuk membuat penampilan menjadi feminin.

Logo lain dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* adalah logo milik PT Kao berupa *logogram* dengan visual bulan sabit yang membentuk wajah seseorang dan tipografi “Kao”. Dalam sebuah penelitian mengenai *kanyoku* atau idiom ungkapan bahasa Jepang oleh Ika Setyawati, kata “Kao” memiliki makna bagian tubuh manusia yang terdiri dari mata, hidung, mulut yang berarti adalah wajah. Sedangkan visual bulan sabit dikenal sebagai simbol kecantikan dan kebersihan bagi orang Jepang, sehingga logo Kao memiliki konsep sebagai perusahaan yang berorientasi pada kecantikan dan kebersihan kulit, terutama wajah yang dapat menunjang penampilan seseorang.

Teks 1 dan Teks 3

Typeface yang digunakan oleh teks 1 dan 3 adalah kelompok tipografi sans serif dengan ciri – ciri huruf tersebut tidak memiliki serif.. Tipografi sans serif yang dipilih pun adalah sans serif yang kurus dan langsing, memberi kesan feminin, mengikuti *logotype* Biore. Tipografi sans serif dikenal sebagai tipografi yang simpel, sederhana, dan mudah terbaca. Teks 1 diletakkan tepat dibawah logo Biore dan dalam visual bidang *pore pack* membuatnya mudah terlihat. Sedangkan teks 3 diletakkan dibawah visual *pore pack* yang bergambar motif batik mega mendung dan parang. Baik teks 1 maupun teks 3 berfungsi sebagai pernyataan pemberi informasi, bahwa kemasan tersebut merupakan kemasan produk *pore pack* (teks 1) dan fungsi dari produk adalah untuk membersihkan dan mengangkat komedo (teks 3).

Teks 2

Tipografi yang digunakan oleh teks 2 termasuk dalam jenis tipografi dekoratif yang memiliki serif dan modifikasi pada huruf ‘t’ pada *heritage batik motif* yang menyerupai bentuk sederhana dari keris.



sumber: (1) dokumentasi peneliti;
(2) <http://www.clker.comclipart-keris-1.html>;
(3) https://darupurwitapo.files.wordpress.com200903keris_pamor.jpg

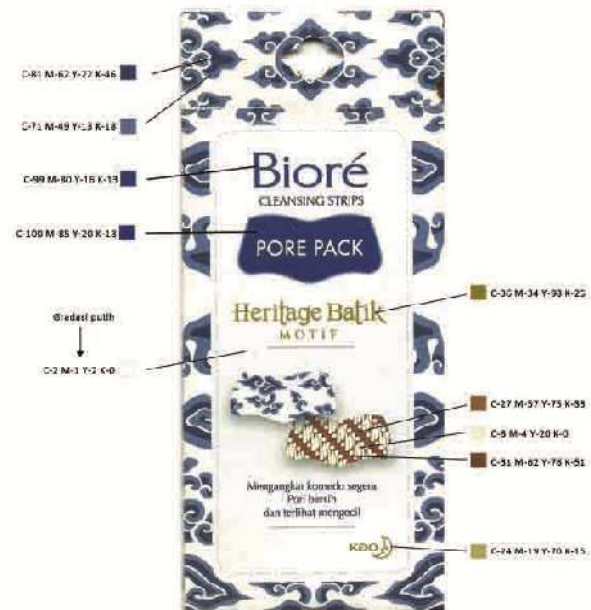
Gambar 5. Perbandingan tipografi dan keris

Tipografi teks 2 memberikan kesan elegan dengan adanya kait dengan huruf yang kurus dan agak melingkar, huruf – huruf tersebut tetap memberi kesan feminin. Modifikasi pada huruf sesuai pada gambar 4, dimana huruf ‘t’ memiliki panjang yang melebihi *baseline* pada tipografi *font* yang digunakan dan merupakan bentuk sederhana dari visual keris yang dibuat menjadi tipografi. Keris merupakan salah satu benda pusaka yang diakui keagungannya oleh bangsa Melayu, terutama bangsa Indonesia dan sampai saat ini keris masih digunakan dalam berbagai ritual kebudayaan, misalnya sebagai pelengkap busana pernikahan untuk pengantin pria. Keris sendiri membawa pesan moral sebagai bersatunya senjata dengan cangkang keris yang bermakna hubungan akrab, harmonis, agar terciptanya persatuan antara raja dan abadinya, rakyat dan pemimpinnya, dan manusia dengan Tuhannya.

Teks 2 pada kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* memperkuat kesan tradisional yang ingin digunakan oleh Biore yakni *heritage* yang berarti warisan budaya. Selain itu, kata tersebut merupakan sebuah pernyataan yang menunjukkan versi kemasan, seperti pada kemasan versi Jepang yang memberikan pernyataan bahwa kemasan tersebut memiliki aroma unik dari Jepang. Begitu pula dalam versi ini, *heritage batik motif* berarti bahwa kemasan ini memiliki tema Indonesia.

Warna

Penggunaan warna dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*, diuraikan berdasarkan kadar CMYK sesuai teori warna pada nirmana mengenai warna *subtractive* yang digunakan dalam media cetak. Penguraian warna bertujuan untuk mengetahui warna yang digunakan (sesuai kadar CMYKnya), sehingga dapat dilihat karakter warna yang digunakan sesuai dengan produk kecantikan *pore pack* atau sesuai makna dan filosofi motif batik.



Gambar 6. Penggunaan warna dalam kemasan Biore pore pack heritage batik motif

Kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* menggunakan warna yang termasuk dalam warna dengan unsur alam atau *natural*. Sedangkan warna yang mendominasi kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* tersebut tergolong pada warna dingin. Warna lain yang digunakan adalah warna netral, yakni warna putih atau warna yang mendekati warna putih atau gradasi kedua warna tersebut. Adanya warna gelap sebagai *background* merupakan akibat dari penggunaan *shadow* untuk bidang diatasnya. Jim Krause berpendapat bahwa, *brainstorming* warna dimulai pada sebuah pertanyaan berikut, merah yang seperti apa? apa yang disebut warna merah? begitu pula warna biru, kuning, biru muda, kuning muda, hijau, dan warna – warna lainnya (2002:13). Dalam bukunya, Krause memberikan berbagai kombinasi percampuran warna dan klasifikasinya menurut kadar CMYK dan RGBnya. Warna biru mengandung *range* unsur C dari 0 – 100, M dari 0 – 80, Y dari 0 – 10, dan K 0 – 60. Warna lain yang digunakan dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*, adalah warna tanah (warna coklat) dengan *range* CMYK : C 0 – 50, M 10 – 100, Y 20 -100, dan K 0 – 55 (2002 :15 – 43, 245 – 273).

Tiap warna memiliki karakter dan kesan tersendiri. Warna biru yang mendominasi kemasan dan digunakan oleh motif batik mega mendung (pada ilustrasi 2) termasuk dalam perpaduan warna dari kelompok *navy* dan *cold* (Nagumo, 2000:133, 130), dan umumnya warna biru diasosiasikan dengan langit dan air, membawa kesan kehidupan dan kekuatan, keharmonisan (Dameria, 2007: 30). Sedang warna coklat pada ilustrasi 3, termasuk dalam perpaduan

warna *earthy* (link-match *printed out*, kombinasi warna proses, 2014) dan warna tersebut dapat diasosiasikan dengan warna tanah atau natural dengan karakter sopan, bijaksana, kearifan (Sanyoto, 2009: 60). Kemudian, warna kuning keemasan pada teks 2 merupakan warna tradisional dari Jawa, yang mana warna yang digunakan dalam payung kebesaran Keraton (Darmaprawita, 2002: 160) dan warna tersebut memberi kesan elegan, tradisional. Warna *background* pada kemasan Biore *pore pack* didominasi oleh warna putih dan gradasi warna putih menuju warna biru tua. Warna putih melambangkan kemurnian, kejujuran, kelembutan, kewanitaan, kebersihan, simpel, dan perdamaian. Karakter yang ditimbulkan adalah karakter yang positif, cemerlang, bersih, polos, dan ringan (Sanyoto, 2009: 58, Darmaprawira, 2002: 47, Dameria, 2007: 50).

Warna biru yang merupakan dominasi warna pada kemasan Biore cenderung dipercaya memberikan kesan maskulin, karena mengikuti motif batik mega mendung yang terkesan dinamis dan maskulin dengan garis dan warna yang tegas. Sedang warna coklat lebih memberikan kesan netral karena terlihat seperti warna pada tanah. Warna kuning keemasan memberi kesan elegan dan tradisional pada kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* tersebut. Secara keseluruhan, warna yang digunakan memberi kesan tradisional sesuai dengan tema dari kemasan tersebut.

Komposisi

Proporsi ruang desain dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* terdiri dari $\frac{3}{4}$ bagian dari keseluruhan bidang dan dibatasi oleh sebuah bidang geometri dengan sudut melengkung. Keseimbangan yang diperlihatkan adalah keseimbangan asimetris, dengan bagian kanan lebih berat dari sebelah lainnya. Sedang dominasi pada kemasan ada pada bagian tengah, yakni dua bidang organik yang bertumpuk dan berisi *patra*.

Keseimbangan didapat dengan membagi bidang desain menjadi dua bagian yang sama atau dengan perasaan, sehingga dalam hal ini, perasaan seseorang dalam menentukannya haruslah peka. Keseimbangan asimetris terjadi dikarenakan peletakkan *logogram* pada bagian akhir desain. Namun, bila dibandingkan dengan desain kemasan produk Biore lainnya, peletakkan *logogram* dan *logotype* dalam kemasan tersebut merupakan sebuah *mandatory*, dimana peletakkan kedua logo tersebut sama dalam tiap desain kemasan Biore (lihat gambar 7). Kesan yang ditampilkan adalah formal dan rapi, terlihat dari penataan elemen – elemen visual dan teks yang tertata rapi di tengah bidang desain, menyesuaikan dengan budaya batik.



sumber : (1)dokumentasi peneliti;

(2)http://www.kao.com/id/kao_imgs/biore/bio_body_freesia_01_img_1.jpg ; :

(3)http://www.kao.com/id/kao_imgs/biore/bio_ff_acne_care_01_img_1.jpg

Gambar 7 Peletakkan *logogram* dan *logotype* pada kemasan produk Biore

Dominasi kemasan ada pada *pore pack* yang bertumpuk pada bagian tengah, dengan motif batik parang sebagai penarik perhatiannya dengan penggunaan warna yang berbeda dan kerapatan kedua elemen yang berbeda dengan elemen – elemen lain yang tampak renggang. Sedangkan arah baca kemasan dimulai dari *logotype* Biore hingga *logogram* Kao.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komposisi dari Biore *pore pack heritage batik motif* membawa kesan formal dan rapi yang sesuai dengan kesan dari batik, selain itu, juga menggunakan dominasi batik parang yang berbeda dari visual batik mega mendung yang memenuhi bidang desain sebagai penarik perhatian. Komposisi dari Biore memiliki *mandatory* tersendiri yang merupakan ciri khas dari produk Biore yang tidak berubah, yakni peletakkan *logotype* dan *logogram*, sehingga menimbulkan kesan *unity* meski beda produk.

Penurunan Makna Batik sebagai Tradisi dan Budaya

Makna motif batik berbeda antara satu motif dengan motif lainnya. Tiap motif batik mengandung kepercayaan dan harapan untuk penggunaannya saat motif tersebut terapkan pada kain dan digunakan sebagaimana umumnya batik digunakan, yakni sebagai pakaian. Terdapat banyak pendapat dan argumen mengenai makna dan filosofi yang tepat untuk kedua motif batik tersebut, namun terdapat sebuah kesamaan, yakni makna yang terkandung merupakan harapan positif untuk pemakainya. Penggunaan kedua motif batik yang sarat makna

dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* termasuk dalam idiom estetika posmodern *camp*. Makna dari motif batik parang dan mega mendung yang berisi harapan dan doa tidak sejalan dengan produk kecantikan *pore pack* Biore yang merupakan produk internasional (global) dan digunakan untuk membersihkan hidung dan mempercantik penampilan.

Dalam hal ini, Biore terlihat lebih mengutamakan gaya dalam mendesain kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*, yang berakibat pada dekonstruksi identitas terhadap kebudayaan, dikarenakan makna dalam budaya dan tradisi batik tidak merepresentasikan produk. Makna kedua motif batik tersebut akan bergantung bagaimana orang – orang akan menginterpretasikannya. Sesuai pendapat Pilliang (*Dunia yang Dilipat*) :

“Kebudayaan mendekonstruksikan nilai – nilai mitologis, spiritualitas, dan simbolik sehingga nilai – nilai tersebut tidak lebih dari sekedar alibi yang menunjukkan adanya kebangkrutan budaya. Budaya mulai melepaskan diri dari etika, norma, dan nilai, dikarenakan mengendurnya nilai moralitas, melemahnya nilai tabu, dan merosotnya nilai spiritual” (2004:398).

Tercerabutnya Nilai Filosofi dan Makna Batik

Selain penurunan makna batik, nilai filosofi dan makna batik juga tersabut dari motif batik yang digunakan dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*. Dimana, keoriginalitas-an makna dan filosofi dari batik yang sakral tidak lagi terlihat dalam kemasan. Pengaplikasian ini termasuk dalam idiom posmodern *kitsch*. Maksud dari *kitsch* adalah untuk mengkomersilkan seni tinggi dan membuat makna serta ideologi dari objeknya menjadi sebuah tanda transparan yang maknanya segera tampak. Seperti pendapat Featherstone, “sejarah akan menjadi khusus, hierarki dan perkembangan estetik runtuh bersama dengan percampuran genre dan seni tinggi, bentuk – bentuk yang populer dan yang komersial” (2008:165). Sehingga dapat dikatakan, bahwa makna dari motif batik parang dan mega mendung tidak terlihat saat digunakan sebagai visual penghias kemasan *pore pack*, dan makna transparan yang tampak adalah bahwa kedua motif tersebut hanya sekedar visual penghias tanpa makna lebih jauh.

Duplikasi Batik pada Desain Kemasan Kontemporer

Makna dan filosofi dari motif batik yang digunakan dalam kemasan Biore *pore pack* versi *heritage* telah mengalami penurunan yang telah dijelaskan pada

subbab penurunan makna dan filosofi motif batik serta tercerabutnya nilai filosofi dan makna motif batik, dimana makna dari motif batik akan diinterpretasi sesuai dengan pandangan orang – orang dalam melihat motif batik dalam kemasan tersebut. Peminjaman visual motif batik parang dan mega mendung dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* dapat juga dikatakan sebagai sebuah bentuk imitasi murni atau dikenal dengan istilah *pastiche* dalam idiom estetika posmodern. Motif batik tersebut diambil dan dicabut dari semangat zamannya untuk kemudian ditempatkan pada konteks semangat masa kini, yang berarti bahwa kedua motif tersebut diambil begitu saja tanpa menghiraukan makna dan ideologi yang terkandung, kemudian diletakkan sebagai visual dalam desain kemasan yang kontemporer. Sesuai dengan tujuan dari *pastiche*, bahwa *pastiche* lebih mengupayakan untuk membuat sesuatu dari materi yang ada tanpa harus terikat dengan semangat materi tersebut (Pilliang, 2003: 188).

Parodi Makna Motif Batik dalam Kemasan Biore Pore Pack Heritage

Pilliang dalam bukunya, *Dunia yang Dilipat*, menuliskan hal berikut,

“estetika dalam hal ini tidak lagi merupakan satu bentuk penggalan dan pengangkatan nilai – nilai luhur dalam kebudayaan, melainkan berupa parodi dari nilai – nilai tersebut yang disebabkan oleh tekanan dari sistem ekonomi yang hegemonik dan dominan” (2003:397)

Pendapat Pilliang diatas seolah mencerminkan bagaimana budaya dan tradisi mulai tergeser makna dan filosofinya, menjadi sekedar hiburan belaka. Seperti halnya pada kedua motif batik sakral yang digunakan sebagai visual penghias *pore pack* yang ditempel di hidung. Penggebrakkan ini seolah menyuarakan *plesetan*, lelucon, serta kritik terhadap motif batik yang dianggap sakral dalam kepercayaan masyarakat Jawa bahwa motif batik sakral juga dapat digunakan sebagai visual hiasan produk pembersih hidung (produk kecantikan).

Batik sebagai Ilusi Image Identitas Indonesia

“Budaya adalah unsur yang paling penting dalam masyarakat konsumen itu sendiri” (Jameson dalam Featherstone, 2008: 203).

Sesuai dengan pernyataan Jameson, yang tercermin dalam banyaknya produk dan *brand* yang berlomba menciptakan kesan dan citra produknya dengan meminjam unsur – unsur budaya dan tradisi, baik dari

dalam, maupun luar negeri. Termasuk produk *pore pack* Biore membuat kemasan *pore pack* dengan versi *heritage* batik motif menggunakan unsur – unsur budaya Indonesia sebagai pencipta kesan dan citra produk pada konsumen melalui desain kemasan *pore pack* tersebut.

Hal yang menarik adalah pencitraan Indonesia yang didominasi dengan meminjam budaya dan tradisi dari Jawa. Entah berupa batik, wayang, maupun tradisi – tradisi lainnya. Seolah Jawa merupakan representasi Indonesia, meskipun Indonesia sendiri memiliki budaya dan tradisi dari kepulauan dan daerah lainnya. Penggunaan budaya dan tradisi dari daerah Jawa untuk merepresentasikan Indonesia seperti yang telah digunakan oleh kemasan Biore *pore pack heritage* batik motif juga digunakan oleh kemasan – kemasan produk lain, antara lain : Kemasan the Sosro versi *heritage*, Kemasan Buavita markisa dan kelapa, kemasan coklat Monggo. Pada kemasan the Sosro versi *heritage*, digunakan motif batik lasem yang berasal dari Jawa Tengah, sedang kemasan Buavita menggunakan motif batik kontemporer dengan menggabungkan motif yang sesuai dengan rasa buah dengan motif yang mirip batik parang dalam bentuk sederhana, kemudian kemasan coklat Monggo, menggunakan motif batik dan budaya Jawa dalam kemasannya.

Banyaknya penggunaan unsur budaya dan tradisi dari Jawa untuk merepresentasikan Indonesia dapat dilihat sebagai gerakan Jawa sentris, seolah pusat budaya dan tradisi Indonesia berada di Jawa. Dengan penggunaan budaya Jawa yang makin populer, terutama batik, yang digunakan dalam kemasan, timbul dampak tersendiri bagi konsumennya dalam masyarakat. Hal tersebut adalah dengan timbulnya ilusi *image* mengenai identitas budaya Indonesia dan Indonesia sendiri. Ilusi tersebut berupa pengandaian yang tidak menunjuk pada fragmen – fragmen kaleidoskopik (Benjamin dalam Featherstone, 2008: 54) dan fragmen kaleidoskopik yang dimaksud disini adalah tradisi dan budaya Indonesia yang banyak digunakan baik oleh Biore maupun produk lain dalam visual kemasannya, yakni batik.

Dengan semakin berkembangnya jaman, membuat semakin majunya teknologi dan membawa perubahan pada gaya hidup masa kini. Terutama pada target sasaran Biore yang difokuskan pada remaja, yang lebih mementingkan mengikuti *trend* dan perkembangan yang ada sehingga semakin meninggalkan budaya dan tradisi. Umumnya, mereka hanya mengenal tanpa memahami maksud dari adanya budaya dan tradisi tersebut sehingga tidak mengetahui adanya makna dan filosofi di balik karya seni tradisi yang tampak sederhana tersebut. Ditambah dengan berubahnya gaya hidup dalam mengkonsumsi dan kepercayaan, tradisi Indonesia yang kaya akan kepercayaan, doa, dan harapan

semakin terlupakan dan dianggap hanya sebagai sebuah mitos belaka.

Adapun pengandaian ilusi *image* yang dimaksud adalah bahwa dalam budaya konsumen saat ini, visual simbolik merupakan hal yang menentukan keindahan dalam suatu desain. Featherstone juga berpendapat sebagai berikut mengenai budaya konsumen masyarakat :

“ budaya konsumen kontemporer menggunakan *image*, tanda – tanda, dan benda – benda simbolik yang mengumpulkan mimpi – mimpi, keinginan, dan fantasi yang menegaskan keautentikan romantik dan pemenuhan emosional dalam menyenangkan diri sendiri, dan bukan orang lain, secara narasistik” (2008:63).

Sehingga bila seseorang menggunakan *pore pack* bervisualkan batik atau membeli produk dengan visual batik atau budaya Indonesia, bukan berarti orang tersebut adalah orang yang mencintai Indonesia atau mulai mencintai Indonesia. Terdapat berbagai sudut pandang untuk mencari alasan, salah satunya adalah menurut pendapat Featherstone di atas mengenai budaya konsumen. Keindahan yang dinilai dari suatu simbolik, untuk memnuhi kepuasan emosional dan menyenangkan dirinya sendiri, sehingga dengan seseorang menggunakan *pore pack* bergambar batik, dapat dikatakan adanya kemungkinan orang tersebut hanya iseng dan menyukai visualnya tanpa adanya pemikiran lebih jauh mengenai motif batik tersebut dan ingin memuaskan keinginannya untuk menggunakan *pore pack* bergambar batik.

Pengandaian lainnya adalah bahwa Biore ingin mengubah citranya menjadi ‘Indonesia’ untuk memasuki pasar di Indonesia. Biore yang dikenal sebagai produk dari Jepang menjadi Biore yang juga merupakan produk milik Indonesia, atau juga dapat berupa Biore ingin menimbulkan apresiasi (rasa cinta, menghargai) terhadap budaya batik sebagai sebuah karya seni tradisi yang dapat disesuaikan dengan jaman, dalam arti, bahwa batik tidak selalu hanya diaplikasikan pada pakaian, kain, dan aksesoris untuk keraton yang berbau tradisional, tapi juga dapat sebagai bagian dari desain komersil dan kekinian seperti kemasan. Pengandaian – pengandaian tersebut sesuai dengan budaya konsumen menurut Baudrillard (dalam Featherstone, 2008: 204), yang berpendapat bahwa, “budaya konsumen secara efektif adalah budaya postmodern, suatu budaya kedangkalan yang didalam budaya itu nilai – nilai ditransvaluasi (dievaluasi oleh prinsip – prinsip baru)”. Di mana budaya batik tersebut makna dan maksud penggunaannya dalam suatu desain visual kemasan tidak pasti dan menentu, karena maksud penggunaannya akan dievaluasi oleh konsumennya menurut prinsip dari tiap konsumen itu sendiri yang bisa berbeda antara satu konsumen dengan konsumen lainnya.

Perubahan Nilai Batik dalam Desain Kemasan

Makna dan filosofi motif batik dalam kemasan telah mengalami perubahan dan penurunan, sehingga makna yang luhur tersebut menjadi tidak berarti lagi. Begitu pula dengan kepercayaan bahwa tiap motif batik merupakan motif batik yang sakral yang diturunkan originalitasnya dan menjadi visual penghias desain kemasan yang komersil. Hal tersebut menyebabkan maksud dari penggunaan motif batik dalam kemasan menjadi tidak pasti dan menentu, bahwa dalam budaya konsumen saat ini, *image* simbolik digunakan sebagai tolok ukur keindahan dalam suatu desain dan kepemilikan desain tersebut merupakan tindakan untuk memuaskan dan menyenangkan diri sendiri.

Disisi lain, tradisi dan budaya batik yang digunakan dalam desain kemasan yang komersil merupakan suatu bentuk komodifikasi budaya. Komodifikasi adalah transformasi nilai guna (*use value*) menjadi nilai tukar (*exchange value*) (Mosco dalam Komunika oleh Yayasan Obor Indonesia 23). Secara ringkas, komodifikasi memperlihatkan proses bagaimana produk – produk kultural dikerangka sesuai dengan kepentingan pasar, terlihat dari perubahan nilai guna menjadi nilai tukar yang dikerangka pasar dan diatribusikan kepada objek. Terdapat pula sebuah diskusi yang membahas mengenai hubungan antara kebudayaan dan komodifikasi, dimana didalam diskusi tersebut terdapat sebuah isu otentisitas atau status tradisi, yakni bahwa komodifikasi membahayakan otentisitas dari kebudayaan – kebudayaan tradisional ataukah memungkinkan melahirkan bentuk budaya baru (Maunati, 2004: 40). Namun, bila dilihat dalam masyarakat saat ini, . benda – benda budaya dan tradisi yang dipenuhi makna dan nilai – nilai tinggi, otentik telah mengalami pergeseran makna, dan diproduksi secara massal berdasarkan selera pasar. Tujuan produksi itu sendiri adalah agar produk yang menggunakan budaya dan tradisi dibeli oleh masyarakat, dan disini, yang dilihat tidak lagi mengenai kreativitas sang kreator pembuat seni.

.Batik sebagai budaya dan tradisi merupakan karya seni sakral yang mengandung makna dan filosofi dalam tiap motifnya sehingga umumnya, diaplikasikan pada pakaian. Nilai tersebut berubah, saat motif batik yang sakral diaplikasikan pada desain kemasan produk kecantikan ataupun produk – produk lainnya, yang mana dalam hal tersebut, nilai motif batik hanya sebatas visual promosi sebagai penarik perhatian konsumennya di pasar persaingan. Seperti halnya Biore yang menggunakan motif batik dalam desain kemasannya, Biore telah mengubah nilai motif batik yang mulanya adalah batik sakral dengan makna dan filosofi luhur didalamnya menjadi sebuah tanda

promosi dalam desain kemasan *pore pack*, sehingga dapat menarik minat beli konsumennya dan produk *pore pack* tersebut dapat laku di pasar.

Dengan digunakannya motif batik dalam kemasan seperti pada kemasan Biore *pore pack* versi *heritage batik motif*, membuktikan bahwa budaya dan tradisi bisa berubah dan terus berubah mengikuti keinginan dan selera di pasar, dapat terjadi modernisasi pada penggunaan motif batik. Komodifikasi pada motif batik sendiri membawa dampak positif maupun negatif pada budaya batik. Dampak negatifnya adalah motif batik sakral yang seharusnya mengandung makna dan filosofi luhur telah hilang dan berubah menjadi sekedar visual penghias dalam kemasan, sesuai dengan yang telah dibahasakan dalam subbab – subbab sebelumnya dalam bab ini dan hal ini justru melahirkan keterbelakangan terhadap motif batik yang sakral. Sedang dampak positifnya adalah bahwa dengan digunakannya budaya dan tradisi batik dalam kemasan komersil, dapat merangsang konsumennya untuk lebih mengenal batik, dan hal ini didukung dengan pendapat Firat dalam Maunati yakni,

“komoditas kebudayaan justru mendorong terpeliharanya kebudayaan – kebudayaan”. (2004:43)

Kesimpulan

Penggunaan visual tradisi berupa batik dan budaya – budaya dari Indonesia seperti bangunan bersejarah di Indonesia, dan sebagainya dalam desain kemasan masa kini menandakan semakin pudarnya makna dan filosofi dalam tradisi yang masih dipercaya oleh masyarakat, khususnya masyarakat Jawa. Batik merupakan salah satu warisan tradisi dan budaya yang sarat makna dan filosofi telah menjadi sekedar visual penghias sebuah kemasan produk. Dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*, batik yang digunakan adalah motif batik parang dan mega mendung. Motif batik parang dikenal sebagai motif batik sakral dan hanya dipergunakan oleh keluarga kerajaan Keraton atau bangsawan, sedang motif batik mega mendung dikenal sebagai motif khas daerah Cirebon dan merupakan motif yang dikenal, diakui oleh dunia. Kedua motif tersebut memiliki makna dan filosofi yang berkaitan dengan kebijaksanaan, kemakmuran, kesejahteraan, hidup baru, dan sebagainya. Makna – makna tersebut menjadi tidak berarti saat kedua batik tersebut diaplikasikan pada kemasan Biore *pore pack heritage batik motif* karena makna kedua batik tersebut tidak merepresentasikan produk kecantikan Biore *pore pack*, begitu pula sebaliknya.

Penggunaan unsur visual tradisi sebagai bagian dari desain kemasan yang kontemporer merupakan salah satu ciri dari produk posmodern, dimana sesuai dengan pendapat Pilliang dalam Hipersemioitika,

bahwa dalam posmodern hal yang penting adalah masa lalu dan dalam hal ini masa lalu yang dimaksud adalah batik. Dalam kemasan Biore *pore pack heritage batik motif*, terdapat penurunan makna batik yang ditandai dengan tidak sejalan makna kedua motif batik dengan produk kecantikan, tidak menentunya nilai makna batik dengan adanya penggunaan motif batik sakral dalam kemasan. Juga ditemukan adanya duplikasi batik pada desain kemasan yang berarti motif batik tersebut hanya dipakai kembali apa adanya tanpa manghiraukan makna dan filosofi dalam batik tersebut (imitasi murni).

Selain itu juga terdapat parodi makna motif batik yang dapat dilihat pada digunakannya motif batik parang yang dikatakan semula hanya boleh digunakan oleh bangsawan dan keluarga raja dan motif mega mendung yang diakui dunia sebagai visual penghias pembersih hidung, dan ilusi *image* batik sebagai identitas Indonesia. Dari hal tersebut, makna penggunaan batik dalam kemasan komersil menjadi tidak menentu, baik penggunaan batik tersebut untuk menciptakan sebuah apresiasi terhadap budaya Indonesia, atau untuk menciptakan rasa cinta pada tanah air, maupun untuk *marketing* produk dalam memasuki pasar Indonesia. Juga ditemukan bahwa motif batik tersebut mengalami komodifikasi budaya, dimana nilai motif batik yang digunakan dalam kemasan tersebut hanya sebatas visual promosi kemasan produk meskipun dengan digunakannya motif batik dalam kemasan dapat dikatakan adanya modernisasi pada penggunaan motif batik dan merangsang konsumennya untuk lebih mengenal batik. Pada akhirnya, batik dalam kemasan tersebut hanyalah sekadar tanda pengenalan bahwa produk tersebut menggunakan tema Indonesia, yang berarti batik merupakan representasi dari Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kepada Tuhan atas berkat dan rahmat-Nya selama proses pembuatan karya tulis ini sehingga tugas akhir ini selesai dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam proses menyelesaikan karya tulis ini, juga terdapat bantuan dari pihak – pihak lain, baik berupa bimbingan, dukungan, motivasi, dan kesempatan agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus yang telah memberi kekuatan dan kesabaran dalam melalui proses pengerjaan.
2. Bapak Petrus Gogor Bangsa, S.Sn., M. Sn. dan Ibu Aniendya Christianna., S.Sn., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing, yang telah membimbing penulis dengan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran. Memberikan begitu banyak masukan dan motivasi

pada penulis agar karya tulis ini selesai dengan hasil yang baik.

3. Bapak Andrian Dektisa H., S.Sn, M.Si selaku ketua penguji pada sidang proposal, yang telah memberikan masukan dan meluangkan waktunya untuk membantu penulis.
4. Drs. Bing Bedjo Tanudjaja, M.Si dan Obed Bima Wicandra S.Sn., M.A selaku dosen penguji, yang telah menguji, menilai, dan memberi masukan agar karya tulis ini terselesaikan dengan baik.
5. Perpustakaan Universitas Kristen Petra dengan semua sarana referensi yang ada.
6. Keluarga dengan dukungan doa dan moral.
7. Teman – teman sekelompok tugas akhir yang saling menyemangati.
8. Teman – teman seperjuangan yang selalu saling mendukung, menyemangati, dan memberi motivasi : Christine, Stephanie, Sia, Steven, Stanley, Irene, Vivi, Nio, Priska, Ila, dan teman – teman lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
9. Pihak – pihak lain yang telah memberikan dukungan.

Daftar Pustaka

- “Arti Logo Kao”. Kios lambang. (2011). Diunduh 13 April 2015 dari <<https://kioslambang.wordpress.com/2011/11/11/arti-logo-kao/>>.
- “Batik Cirebon”.(2015). Diunduh 16 Maret 2015 dari < <http://batik-tulis.com/blog/batik-cirebon>>.
- “Batik Mega Mendung Kini”. (2015). Diunduh 23 April 2015 dari <<http://www.binasyifa.com/979/16/26/batik-mega-mendung-kini.htm>>.
- “Bulan Sabit (Bukan) Simbol Islam”. (2012). Diunduh 13 April 2015 dari <<http://sejarah.kompasiana.com/2012/07/09/bulan-sabit-bukan-simbol-islam-470116.html>> .
- “Mengenal Filosofi Batik Parang”. Diunduh 21 April 2015 dari <<http://www.bimbingan.org/filosofi-batik-parang.htm>>.
- Andrianto, Aris. “Ini sejarah panjang batik Indonesia.”. (2013). Diunduh 16 January 2015. dari <m.tempo.co/read/news/2013/10/02/110518313/Ini-Sejarah-Panjang-Batik-Indonesia/2>.
- Barthes, Roland. (2000). *Elements of Semiology*. Trans.Annette Lavers and Colin Smith. New York:Hill and Wang.
- Barthes, Roland. (2001). *Mythologies*. Trans. Annette Lavers. New York:Hill and Wang.
- Budiman, Kris. (2011). *Semiotika Visual : Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra..
- Dameria, Anne. (2007). *Color Basic, Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan Industri Grafika*. Jakarta: Link&Match.

Darmaprawira, Sulasmi. (2002). *Warna, Teori dan Kreativitas Penggunaannya* ed. ke-2. Bandung: Penerbit ITB.

Featherstone, Mike. (2008). *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Trans. Misbah Zulfia Elizabeth. ed ke-3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Maunati, Yekti. (2004). *Identitas Dayak Komodifikasi dan Politik Kebudayaan*. Yogyakarta: LKiS.

Musman, Asti dan Ambar B. Arini. (2011). *Batik: Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: G-Media.

Piliang, Amir Yasraf. (2003). *Hipерsemiotika, Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra.

Pilliang, Yasfar Amir. (2004). *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas – Batas Kebudayaan*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Ramadhan, Iwet. (2013). *Cerita Batik*. Tangerang Selatan : Literati.

Sanyoto, Sadjima Ebd. (2009). *Nirmana (Dasar – Dasar Seni dan Desain)*. Ed. Rev. Yogyakarta: Jalasutra.

Setyawati, Ika . (03 Oktober 2013) “Analisis Makna Kanyouku yang Menggunakan Kata Kao dalam Bahasa Jepang”. *Abstrak*. Diunduh 13 April 2015 dari <<http://lib.unnes.ac.id/17229/>> .

VT PAOK. *Bab I PENDAHULUAN A.Latar Belakang Komodifikasi merupakan...* . Diunduh 16 Juni 2015 dari <<http://journal.uajy.ac.id/615/2/1SOS03145.pdf>>.

Yayasan Obor Indonesia. *Komunika : Warta Ilmiah Populer Komunikasi dalam Pembangunan*. Diunduh 18 Juni 2015. dari <https://books.google.co.id/books?id=g8IIeMzMYs8C&pg=PA23&lpg=PA23&dq=komodifikasi+adalah&source=gbs_navlinks_s>.